les financements innovants dans les associations et les fondations – état des lieux et perspectives



Etude réalisée par le Cerphi, avec la contribution de France Générosités, du Crédit Coopératif, et de l'Association Française des Fundraisers.

Entretiens réalisés entre juin et septembre 2013 avec des prestataires, agences, acteurs du secteur associatif.

Nous évoquons ici les points clés de l'étude, dont le contenu peut être téléchargé ici

1. Innover est une nécessité

- Dans le domaine de la recherche de fonds comme ailleurs, l'innovation représente une opportunité (être en phase avec les évolutions de la société), une urgence (survivre), une nécessité (un facteur de différenciation stratégique dans un secteur de plus en plus

concurrentiel).

2. Le secteur associatif est peu innovant en la matière

- des freins liés au manque de ressources, d'implication de la gouvernance, faible culture de l'innovation

3. La définition de ce qu'est un financement innovant n'est pas claire

- S'agit-il de techniques nouvelles, ou d'améliorations de techniques existantes ?
- le caractère innovant a t-il finalement un intérêt en soi ? (ce qui compte, est le résultat !)

4. Une offre de nouveaux outils est apparue ces dernières années

Ces nouveaux outils sont variés, mais ont un certain nombre de points communs :

- la place tenue par internet et les nouvelles technologies
- des mécaniques complexes de sollicitation indirecte
- une intermédiation nouvelle de la relation au donateur
- de nouveaux publics
- des micro-dons

5. Ces outils sont portés par de nouveaux acteurs



6. Une première typologie peut être proposée

- Les outils de la générosité embarquée (micro-don, arrondi sur salaire, cartes de don, cartes de paiement solidaire)
- Les outils s'appuyant sur les réseaux et la communication entre pairs (plateformes, portails de don ou d'engagement, pages de collecte)

7. Les associations sont en phase d'apprentissage

- ticket d'entrée
- investissement
- foisonnement d'offres souvent redondantes
- outils en cours d'élaboration, modèle économique reste à trouver
- pas encore d'évaluation
- difficultés réglementaires

8. Les changements induits sur la notion de don et la relation donateur sont importants

- La notion de don est à la fois banalisée (micro-don, multiplication des opportunités) et valorisée et impliquant (collecteur, choix d'un projet)

- La relation au donateur change. L’association n’a plus forcément de contact avec un donateur identifié, mais plutôt une communauté à animer et mobiliser.

9. Les avantages sont nombreux

- Utilisation d’outils clés en main
- Coûts réduits
- Multiplication des opportunités de don
- Effet démultiplicateur des réseaux
- Accès à une nouvelle génération de donateurs

10. L’impact sur les organisations est difficile à mesurer

- Sur l’identité des associations, le message qu’elles délivrent
- Au delà du don, ne voit-on pas apparaître la notion de « micro-engagement » (bénévoles)
- Quel rôle pour les prestataires ?

Les pistes de travail

- Engager une démarche sectorielle (partager et mutualiser)
- Sensibiliser la gouvernance des associations
- Développer une culture de l’innovation
- Mesurer et évaluer les résultats
- Ne pas innover pour innover, mais inclure l’innovation dans la stratégie globale
- Organiser le financement de l’innovation